

Individuální dárcovství 2.0

možnosti, nástroje a trendy

Únor 2016



Privátní dárcovství

= dary nebo investice do veřejně prospěšných a charitativních projektů, které nepocházejí ze státních finančních zdrojů

<https://www.facebook.com/ActionAgainstHungerUK/videos/10100317116832732/?fref=nf>

- Institucionální („nadační“)
- Firemní
- Mecenáši/velcí dárci
- Individuální

Jak si stojí Česká republika po více než 25 letech zkušeností a praxe veřejně prospěšného sektoru?



Institucionální dárcovství

Nadace a nadační fondy

= účelové sdružení majetku, jehož smyslem je podporovat třetí osoby

Nejtransparentnější a nejstabilnější neziskové organizace v rámci sektoru (i ve srovnání s Evropou).

- V ČR zhruba 500 nadací, 1500 nadačních fondů (10% z nich jsou firemní)
- Podle ankety FD se i přes finanční krizi více než 60% nadací snažilo držet objem peněz na granty na stejné úrovni jako před krizí
- Podle údajů FD ročně nadace podporují NNO zhruba 1,2 mld.



Firemní dárcovství

Celá řada konceptů a definic

= corporate citizenship, corporate investment, corporate governance, corporate social responsibility, corporate giving, etc....

- V ČR relativně vysoká poptávka po firmě jako dárci/investorovi do veřejně prospěšných aktivit (až 80% lidí)
- Krize v letech 2008/2009 zmrazila firemní dárcovské aktivity a zcela je kvalitativně změnila
- Podle údajů MF ČR firmy ročně darují 3,2 mld
V regionech specifická situace – komunitní podpora, rozvoj



Firemní dárcovství

- **Firmy investují do charity a kultury na základě svých korporátních strategií**
- **Ustoupily od podpory ad hoc akcí (případně často řešeno v rámci marketingu)**
- **Propojování stakeholderů (zaměstnanci, zákazníci, dodavatelé, ...)**
- **Různorodost podpory – kombinace finančního a nefinančního plnění, dobrovolnictví (včetně expertního)**
- **Zájem o „přidanou hodnotu“ spolupráce na obou stranách**

Velká diverzita aktivit – rozvoj dárcovských programů



3. Mecenáři

- **Hlávková tradice**
- **po roce 1989 prakticky nebylo na co navazovat...**
- **Ladislav Čerych (1925 – 2011)**
- **Spíše social makers/challengers..**



4. Individuální dárcovství

- Dlouhé roky u nás podceňovaný finanční zdroj
- Velice stabilní úroveň darů, a to i přes hospodářskou krizi, v posledních letech dokonce mírný nárůst
- dlouhodobě na hladině 1,4 – 1,6 mld ročně, bez propadů

- Veřejné sbírky jako tradiční a historický zdroj financí na dobrou věc, sbírka na Národní divadlo
- Podle průzkumů každý druhý Čech aspoň jednou ročně daruje na charitu
- I ve srovnání se sousedními zeměmi jsou lidé co do kvantity štedří a solidární – kvalitativně chybí zejména pravidelné dárcovství
- Etablování a vznik nových nástrojů pro dárcovství jednotlivců



4. Individuální dárcovství



Bohužel, Bedřichu, nikdo se k tomu kopanci nehlásí. Dárce si zřejmě přeje zůstat anonymní.

Dárcovská SMS

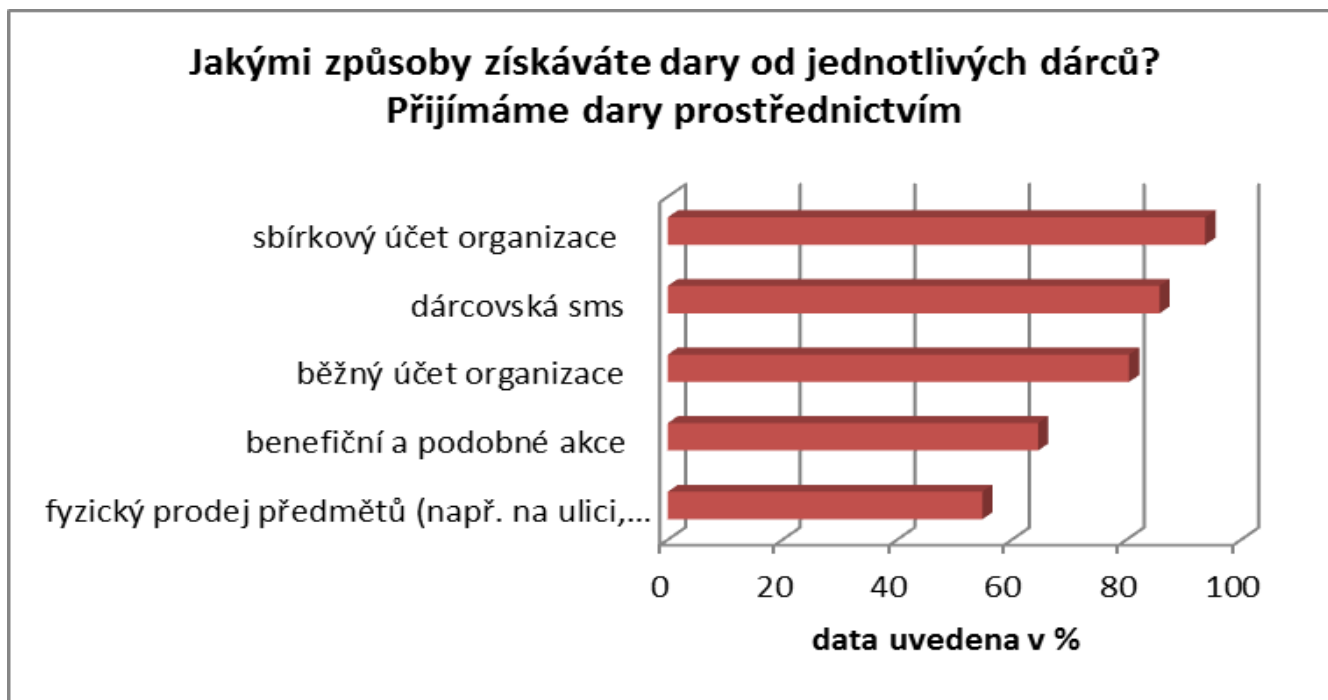
- První systémový nástroj na podporu individuálního dárcovství
- Pomozte dětem 2004 – historicky první možnost darovat mobilem; jednoduchá pravidla, DMS heslo a číslo 87 777
- Dostupnost pro všechny NNO za stejných podmínek – jednoduchý princip, velký impakt
- Česká veřejnost si na dárcovské SMS rychle zvykla
- Rychlá pomoc zejména při katastrofách (např. tsunami, povodně, polom v Tatrách apod.)
- Z dárcovských SMS v ČR fenomen

- Mezinárodní ocenění (GSM Awards 2004, UK)
- Rozšíření do ostatních zemí, Slovensko, Bulharsko
- Osvobození od DPH, roční dárcovské SMS



Podpora dobročinnosti

- Jak neziskovky získávají peníze na dobrou věc?



Podpora dobročinnosti

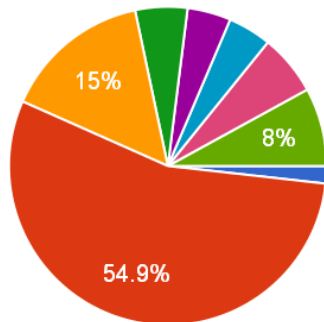
- Který z nástrojů chtějí neziskovky posílit?



Podpora neziskovek

- Kdo podporuje neziskovky?

Jaký podíl tvoří dary od individuálních dárců na celkových příjmech vaší neziskové organizace?



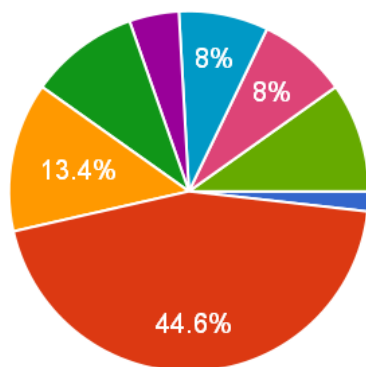
žádný podíl	2	1.8 %
do 10%	62	54.9 %
11-20%	17	15 %
21-30%	6	5.3 %
31-40%	5	4.4 %
41-50%	5	4.4 %
51-79%	7	6.2 %
více než 80%	9	8 %



Podpora neziskovek

- Kdo podporuje neziskovky?

Jaký podíl tvoří dary od firemních dárců na celkových příjmech vaší neziskové organizace?



žádný podíl	2	1.8 %
do 10%	50	44.6 %
11-20 %	15	13.4 %
21-30%	11	9.8 %
31-40%	5	4.5 %
41-50%	9	8 %
51-79%	9	8 %
více než 80%	11	9.8 %



Co ale funguje?

- **Crowdfunding? Ano i ne...**

Pouze 10 % neziskovek chce vyzkoušet nebo posílit

- **Anonymita vs. neanonymita**

Až 80% potenciálních dárců uvádí, že by si svůj dar rozmyslelo, kdyby se muselo registrovat nebo zpřístupnit svoje osobní údaje obdarovanému

- **„Charitytainment“**

Darovat s radostí, mít zážitek (charitativní běhy, možnost vyzkoušet si něco neobvyklého na vlastní kůži, udělat něco speciálního...)



Několik příkladů..

- <http://www.dobrobot.cz/vyzvy/detail?id=azEg8o>
- <http://adra.cz/novinky/id/68-200-dobrovolnickych-hodin-v-roce-2015>
- <http://www.teribear.cz/>
- <http://www.pomoztedetem.cz/>
- <http://stromroku.cz/>
- <http://www.polivkovasmrst.cz/index.php/galerie>
- <https://www.hithit.com/cs/project/1125/online-muzeum-gulagu>



Děkuji!

Klára Šplíchalová, Fórum dárců

